



**Chartreuse**  
— Tourisme —

L'agence de promotion & commercialisation  
de la Destination Chartreuse

# Optimiser la commercialisation de son hébergement touristique



**CŒUR DE CHARTREUSE**  
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES



Logitourisme

# DAVID BLANCHARD

## PDG du groupe Logitourisme

### Consultant et formateur en e-marketing

Diplômé de l'Institut des métiers de la montagne et du tourisme  
Cursus universitaire en sociologie et psychologie sociale  
Professeur en marketing digital tourisme au CNAM

À propos de l'hôte



**David**

Superhôte

**219**

évaluations

**4,93**

en note globale

**7**

ans d'expérience  
en tant qu'hôte

## 30 ans d'expérience en développement et marketing touristique

- Direction générale office de tourisme Saint François Longchamp (Savoie)
- Direction de la centrale de réservation départementale du Jura
- Direction marketing de l'ADT du Jura
- Direction générale d'une union de villages vacances (Isère)
- Direction d'une association de voyage et sports outdoor (Isère)
- Ingénieur commercial tourisme en systèmes de commercialisation (Savoie)

## Prestataire touristique

- Propriétaire de 2 gîtes (Saint-Pierre d'Entremont Isère et Savoie)
- Ex-propriétaire de chambres d'hôtes (Jura)
- Moniteur escalade et VTT
- Ex-président de l'office de tourisme de Lons-le-Saunier



## Ingénierie et conseil en marketing touristique

- Stratégies de développement touristique
- Concepts d'accueil
- Commercialisation et vente en ligne
- Management de destination

**16** années d'activité.

**24** formatrices et formateurs certifiés.



Institut de formation



## 40 programmes de formations dédiées aux professionnels du tourisme

- Management
- Accueil
- RSE, tourisme durable
- Marketing
- E-tourisme
- Gestion d'équipements
- Thermalisme
- Stratégie de marque
- Outils de communication
- Web et réseaux sociaux
- Photo et vidéo
- Vente en ligne
- ...





# Yata!

Agence de communication  
Web et Print

[www.yata.fr](http://www.yata.fr)

200

**sites internet**

(vitrine, e-commerce...) que nous réalisons  
et que nous gérons.

10

**personnes**

Une équipe exigeante,  
formée, et réactive.

100

**h/mois**

En recherche et développement.

1<sup>ère</sup>

**Étiquette environnementale pour le web**

Développée en partenariat avec l'ADEME

EcoWebScore



Bon pour une binouze.

**Une stratégie**

**Des réseaux**

**Des bons prix**

**Des astuces**

**Si le produit est bon,**

**Si le produit est bon, on se l'arrache.**



**De la folie.**

# Déjà une question : ça implique quoi la vente ?





# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

La vente dépend de vos objectifs. Les outils aussi.



Félicie aussi.



# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

## La place des OTA dans la distribution

### YouGov Travel & Tourism Rankings 2022: France

Rank	Brand name	Score
1	Gites de France	30.8
2	Booking.com	30.2
3	Center Parcs	28.5
4	Mercure	22.6
5	Pierre & Vacances	22.1
6	Airbnb	21.6
7	ibis	20.1
8	Club Med	20.0
9	Novotel	20.0
10	Tripadvisor	17.9

Chart shows the brands with the highest average Impression score between 1st January 2021 and 31st December 2021

**YouGov**

# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible



# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

11

## La place des OTA dans la distribution

imperial palace annecy

Envron 2 250 000 résultats (0,54 secondes)

**Sponsorisé**

**booking.com**  
<http://www.booking.com>

**Impérial Palace, Annecy - Sans frais de réservation**  
Réservez votre Last Minute Hôtel en ligne. Réservez en ligne, payez à l'hôtel. Réservez **Impérial Palace, Annecy**. Sans frais de réservation. Disponibilités...

**Réserver Maintenant**  
Rapide, Simple, Facile à Utiliser Réservez Gratuite, Super Tarifs

**Hôtels à Très Bons Prix**  
Pas de Frais Cachés Nous Ajustons Nos Tarifs

**Réserver Pour ce Soir**  
Confirmation Instantanée Service Clients 24h/24

**Réserver Pour Demain**  
Voir Les Hébergements Disponibles Confirmer mon séjour

**Sponsorisé**

**hotel-imperial-palace.com**  
<https://www.hotel-imperial-palace.com>

**Impérial Palace - Hôtel au bord du lac d'Annecy**  
L'**Impérial Palace** se situe au bord du lac d'**Annecy** et vous promet un séjour de rêve. Notre hôtel 4 étoiles est le lieu incontournable des rives du lac d'**Annecy**. Réservez en ligne. Services: Site officiel de l'hôtel, Meilleur prix garanti, Aucuns frais supp.  
**Les coffrets cadeaux · Les Occasions · Les Lieux · Imperial Circus · Les Thèmes · Chambres**

Ouvrir « <https://www.booking.com/hotel/fr/imperial-palace.fr.html> » dans un nouvel onglet

**Impérial Palace**  
4,4 ★★★★★ 3 590 avis Google  
Hôtel de tourisme 4 étoiles

**RÉSERVER UNE CHAMBRE**

**Adresse** : All. de l'Impérial, 74000 Annecy  
**Téléphone** : 04 50 09 30 00

Économisez 79 € en choisissant un séjour du **sam. 22 juil. au lun. 24 juil.**

**Comparer les prix**

sam. 15 juil. lun. 17 juil. 2

**Sponsorisé · Options recommandées**

**Booking.com** 406 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus

### Comparer les prix

sam. 15 juil. lun. 17 juil. 2

### Sponsorisé · Options recommandées

- Booking.com** 406 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus
- Expedia.fr** 406 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus
- Hotels.com** 406 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus
- Trip.com** 429 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus

### Toutes les options

- Impérial Palace Site officiel** 354 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus
- Hotels.com** 406 €  
Non remboursable · Petit-déjeuner non inclus

Afficher 17 de plus

À partir de 354 €

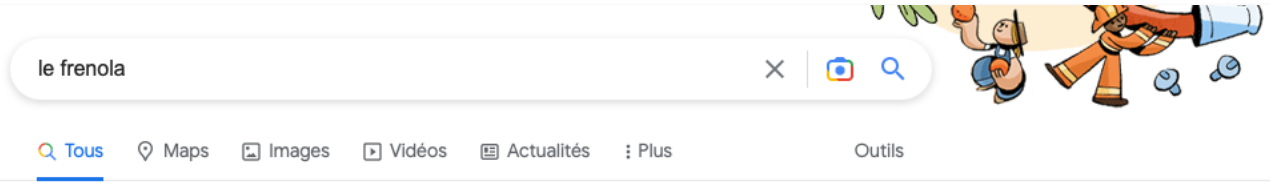
En mode Google vous aussi ?



# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

12

## La place des OTA dans la distribution



Environ 273 000 résultats (0,39 secondes)

### Sponsorisé

**B.** Booking.com  
<https://www.booking.com>

### Le Frenola, Saint-Pierre-d'Entremont – Tarifs 2023

Réservez en ligne, payez à l'hôtel. Plus de 1,400,000 hôtels en ligne. Faites votre choix parmi large variété d'établissements proposés par Booking.com. Hôtels. Villas. Tarifs Bas.

★★★★★ Note associée à booking.com: 4,7 - 123 avis

Réserver Maintenant · Maison, Appartement, Etc. · Hôtels à Très Bons Prix

**Chalet Le Frenola**  
<https://www.gite-en-chartreuse.net>

### Gîtes en Chartreuse - Chalet Le Frenola

Le Frenola est un chalet bois de 40 m2 côté Isère, idéal pour 2 personnes mais pouvant accueillir 4 personnes avec ses 2 lits doubles.

### Le Frenola

Location de gîte en Chartreuse. Le Frenola est un chalet bois tout ...

### L'Alpe

Location de gîte en Chartreuse. Le Frenola est un chalet bois tout ...

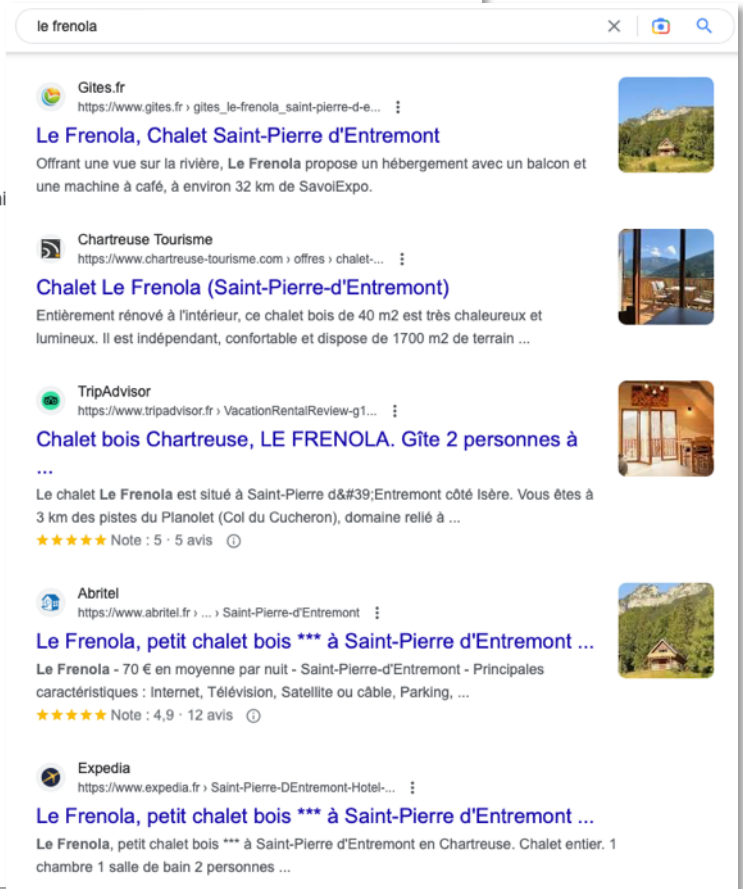
### Réserver

Location de gîte en Chartreuse. Le Frenola est un chalet bois tout ...

### Mentions légales

Location de gîte en Chartreuse. Le Frenola est un chalet bois tout ...

[Autres résultats sur gite-en-chartreuse.net »](#)



Comparons.

Allez vous faire voir !

## L'OTA est-il indispensable ?

**152%** *la croissance des OTA dans l'apport de réservations d'un professionnel du loisir prévue en 2025.*

Source : <https://arival.travel>

**40%** *la part de marché des OTA pour les réservations dans les hébergements de moyenne et petite taille en Europe selon une étude commandée par Booking.com*

Source : EY Parthenon 2020  
[https://www.ey.com/en\\_ao/strategy/how-to-help-europes-small-and-independent-hotel-market-succeed](https://www.ey.com/en_ao/strategy/how-to-help-europes-small-and-independent-hotel-market-succeed)

# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

Allez vous faire voir !

## Des ventes supplémentaires grâce aux OTA

**20% à 30%** de *réservations directes* des petits et moyens acteurs seraient provoquées par le référencement sur leur plateforme.

Les **commentaires et évaluations** laissés par les visiteurs récents facilitent le tri et une fois le choix arrêté, une recherche permet de trouver un contact direct avec l'hébergement ou l'activité.

Source : Etude Oxford Economics

<https://www.oxfordeconomics.com/resource/the-impact-of-online-content-on-european-tourism/>



# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

La place des OTA dans la distribution



**Elargissement de clientèle**

**Augmentation de la visibilité**

**Moins de tâches techniques**

**Risque de perte financière**

**Dépendance possible**

**Problème de lecture tarifaire**

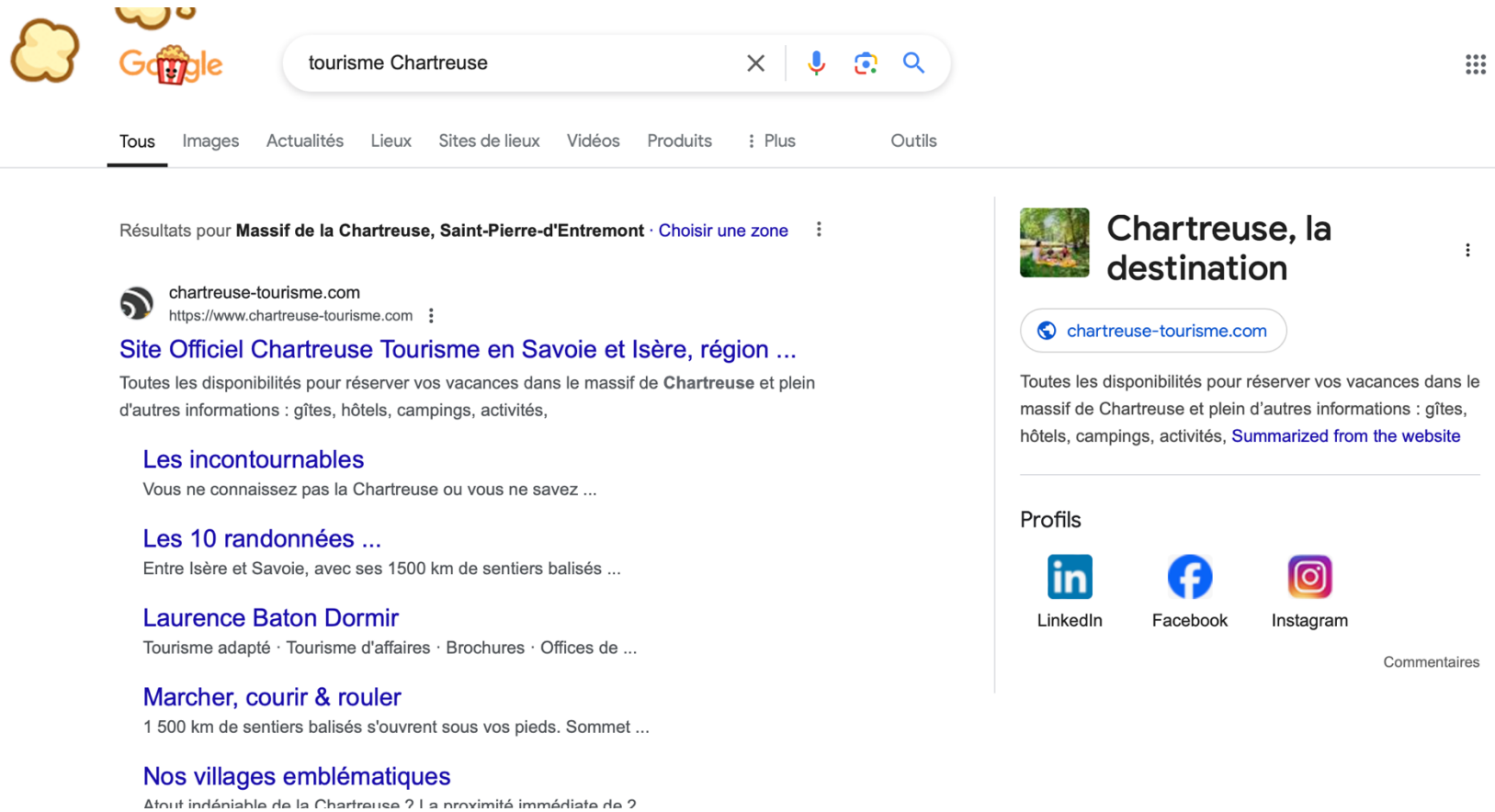
**Algorithme non maîtrisable**

**Ça, j'achète !**

# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

16

## Suivez mon ADT/Office de Tourisme !



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "tourisme Chartreuse". Below the search bar, there are navigation tabs: "Tous", "Images", "Actualités", "Lieux", "Sites de lieux", "Vidéos", "Produits", "Plus", and "Outils". The search results are for "Massif de la Chartreuse, Saint-Pierre-d'Entremont". The first result is from "chartreuse-tourisme.com" with the URL "https://www.chartreuse-tourisme.com". The title is "Site Officiel Chartreuse Tourisme en Savoie et Isère, région ...". The description says "Toutes les disponibilités pour réserver vos vacances dans le massif de Chartreuse et plein d'autres informations : gîtes, hôtels, campings, activités,". Below the description are several links: "Les incontournables" (with subtext "Vous ne connaissez pas la Chartreuse ou vous ne savez ..."), "Les 10 randonnées ..." (with subtext "Entre Isère et Savoie, avec ses 1500 km de sentiers balisés ..."), "Laurence Baton Dormir" (with subtext "Tourisme adapté · Tourisme d'affaires · Brochures · Offices de ..."), "Marcher, courir & rouler" (with subtext "1 500 km de sentiers balisés s'ouvrent sous vos pieds. Sommet ..."), and "Nos villages emblématiques" (with subtext "Atout indéniable de la Chartreuse ? La proximité immédiate de ?"). On the right side, there is a sidebar for "Chartreuse, la destination" with a social media link to "chartreuse-tourisme.com" and a section for "Profils" with icons for LinkedIn, Facebook, and Instagram. A "Commentaires" link is also visible at the bottom of the sidebar.

LA destination !





# Définir sa stratégie commerciale et se rendre visible

Faut-il encore un site internet avec la place de marché ?

**Les clients  
ont  
tendance à  
rechercher  
en direct  
même  
après  
consulté  
un OTA**

**Je peux garantir  
le meilleur prix  
Sans commission**

**OUI**

**Et je peux  
fidéliser**

**En France,  
la part des  
réservation  
s  
effectuées  
sur le site  
du  
prestataire  
qui utilise  
une place  
de marché  
est  
d'environ**

Un étalage ou plusieurs ?

C'est quoi les bons prix ?

**Les bons prix sont ceux qui vont  
convaincre le plus grand nombre  
de clients**

**et assurer la  
rentabilité de  
l'activité**

# Les astuces pour optimiser ses tarifs

Ça s'appelle du design de l'offre



**Créez de la valeur**



# On parle pognon

Côté client : une donnée à « prendre en compte »  
= le transport

## VACANCES LUNIQUES ...



# C'est quoi le Yield management ?

C'est la gestion du rendement un système de gestion tarifaire des capacités disponibles qui a pour objectif l'optimisation du remplissage et l'augmentation du chiffre d'affaires.



L'acceptation du prix est basée sur un système de valeurs personnelles.

**Valeur d'attrait**

**Valeur d'usage**

**Valeur de signe**

Mais quelle est la valeur acceptable des acheteurs.teuses ?

## Encore plus de psychologie

Elle doit être acceptable, mais pour qui ?



**5€ la nuit**



**1500€ la nuit**



## 3 pistes pour fixer ses skis prix





**Les prix de marché** peuvent se baser en général sur 3 points :

**Les prix de la concurrence**

**La recherche du meilleur bénéfice**

**La domination**

## 3 pistes pour fixer ses prix

La concurrence



27

# Faut-il toujours baser ses prix en tenant compte des concurrents ?



© Peter Dazeley / Getty Images / CAPITAL

27

On vous épie.

## 3 pistes pour fixer ses prix

Le bénéfice



28

# Augmenter les prix sur les saisons



Objectif = bourrer le cochon

## 3 pistes pour fixer ses prix

La domination



**Une offre à bas prix par rapport à la concurrence**

**Proposer une offre qui répond à une tendance d'achat**

**Accepter une marge unitaire très faible parfois**



## 3 pistes pour fixer ses prix

La domination



30

**La nuit**  
à partir de  
**98€**

**Quelques heures**  
à partir de  
**76€**  
au lieu de ~~98€~~

Ça c'est une idée !



# Astuce n°1 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Définir sa stratégie commerciale



# Astuce n°2 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

Présenter une offre synchro avec les tendances d'achat justifie le prix



## SENSIBILITÉ DES E-ACHETEURS FACE AUX DÉMARCHES ÉCORESPONSABLES

Tendance à privilégier ces sites pour leurs achats

**70%**

Tendance à être attiré par la visite de ces sites

**60%**

Tendance à recommander sur les réseaux sociaux  
ou aux proches

**38%**

D'accord

Source : Baromètre Fevad/Médiamétrie, septembre 2019.

# Astuce n°3 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Investir les OTA

### En utilisant leur référencement

Inscrivez-vous progressivement sur les OTA en cherchant ceux que vous ne connaissez pas puis identifiez comment GRIMPER dans leurs classements et LISEZ leurs conseils et outils de marketing



Booking.com

<https://www.booking.com/hotel/le-frenola.fr.html>

#### Le Frenola, Saint-Pierre-d'Entremont – Tarifs 2023

Offrant une vue sur la rivière, **Le Frenola** propose un hébergement avec un balcon et une machine à café, à environ 32 km de SavoieExpo.

★★★★★ Note : 9,3/10 · 23 avis · Prix : Tarifs à partir de € 98 par nuit pour les dates à venir (nous ajustons nos tarifs) ⓘ



Gites.fr

[https://www.gites.fr/gites\\_le-frenola\\_saint-pierre-d-e...](https://www.gites.fr/gites_le-frenola_saint-pierre-d-e...)

#### Le Frenola, Chalet Saint-Pierre d'Entremont

Offrant une vue sur la rivière, **Le Frenola** propose un hébergement avec un balcon et une machine à café, à environ 32 km de SavoieExpo.



Expedia.fr

<https://www.expedia.fr/Saint-Pierre-DEntremont-Hotel-...>

#### Le Frenola, petit chalet bois \*\*\* à Saint-Pierre d'Entremont ...

Petit chalet cosy pour 2 adultes, très bel espace de vie, chambre un peu exiguë mais vue magnifique sur la montagne. Proximité du village et des balades.



abritel.fr

<https://www.abritel.fr/.../Saint-Pierre-d'Entremont>

#### Le Frenola, petit chalet bois \*\*\* à Saint-Pierre d'Entremont ...

20 kilomètres de vue sans vis-à-vis vous attendent. Le chalet est composé d'une petite chambre équipée de couchage 160x200, une salle d'eau/wc avec douche et 2 ...

★★★★★ Note : 4,9 · 12 avis ⓘ



Oh t'es là ?

# Astuce n°4 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Ne pas rester figés sur la concurrence et ses tarifs

Rien ne prouve que les tarifs du concurrent soient bons parce que :

- Son offre est de mauvaise qualité
- L'accueil est décrié
- Les avis soient négatifs
- Il a lui-même ajusté ses tarifs sur les concurrents
- Ses tarifs sont ajustés sur un coût de revient trop bas/trop élevé
- Ses clients sont fidèles
- Il n'a pas besoin de louer et dissuade par le tarif
- Les tarifs n'évoluent pas et restent les mêmes d'année en année
- etc

# Astuce n°5 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

**Augmenter les prix, raisonnablement, si cela se loue très vite**

Les bonnes périodes de location sont celles qui sont réservées très tôt dans l'année (plus de 3 mois).

N'avez-vous jamais dit ?

**« Cette période,  
j'aurais pu la louer 10 fois ! »**



# Pour cette astuce :

Analysez la période d'achat de vos clients

**Le tarif pourrait être augmenté si les clients réservent très tôt**

	Nom	Jours avant la réservation	Chalet	Date d'arrivée	Date de départ
02/01/2022	Thierry Barsotti	103	L'Alpe	15/04	18/04
10/10/2021	Enyde Ayme	187	Le Frenola	15/04	21/04
13/03/2022	Marc Fraize	36	L'Alpe	18/04	23/04
24/11/2021	Talal Alshammari	148	Le Frenola	21/04	04/05
20/02/2022	Bernadette Mahe	63	L'Alpe	24/04	26/04
06/02/2022	Audrey Jardin	79	L'Alpe	26/04	02/05
06/01/2022	Maurice Barbé	116	L'Alpe	02/05	06/05

## Ne pas moduler n'importe comment

La politique tarifaire est définie avant l'ouverture, et non pas pendant.

Réfléchir à des offres exceptionnelles sur les ailes de saison.

Moduler en fonction de la quantité ou la durée.



# Astuce n°6 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Se différencier, c'est saisir les opportunités

Pensez aux « marronniers ».

Perturbiez le visiteur parfois en étant décalé.

Adaptez vos tarifs en fonction du vent à la dernière minute



# Astuce n°7 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

Le prix ne se fixe pas à partir de...

## nos valeurs

Une suite à 36.000 euros ?



« Ah mais c'est pas pour acheter ! »

# Astuce n°8 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

Chaque année, les coûts augmentent. Chaque année :

vos tarifs  
évoluent !



# Astuce n°9 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

41

## Penser et anticiper les événements récurrents



Les Fêtes de la Chartreuse  
reviennent **en mai 2025**

A bientôt pour découvrir le programme !



# Astuce n°10 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Ajuster ses tarifs selon le niveau de qualité de l'offre

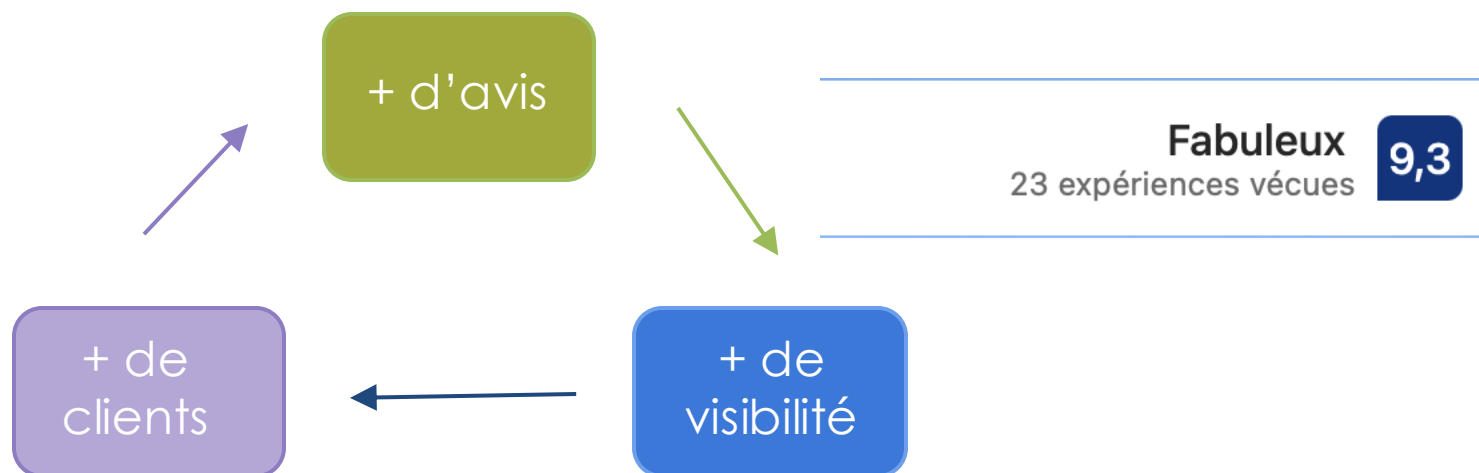
Un facteur d'appréciation mécanique est lié à la valeur conférée à votre hébergement par la clientèle. Si le rapport qualité/prix est positif, même un an après, l'opinion du lecteur sur le rapport qualité/prix restera positive. Puisque l'avis est positif (il ne peut savoir que le tarif a été augmenté), son opinion sur le prix devient plus acceptable.



Un des logements préférés des voyageurs sur Airbnb

4,92  
★★★★★

130  
Commentaires



Merci pour vos avis.

# Astuce n°11 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Gérez des options

Une option ne coûte rien quand on ne la prend pas.

- Courses de base
- Vin débouchonné
- Ménage
- Location de vélos
- Organisation d'activités
- Entrées au musée
- Repas du soir
- Recharge du véhicule électrique
- Accès au spa
- Raquettes à neige
- etc

réf. : s003

**2 jours, 1 nuit**  
à partir de **268,00 € / 2 pers.**

**Séjour pour 2 personnes** comprenant:

- Location des vélos électriques
- Hébergement hôtel \*\*\*
- Petit déjeuner
- Carnet de voyage

**Services en option**

<input type="checkbox"/> Transfert gare	<b>299€</b>
<input type="checkbox"/> Transfert des bagages	<b>100€</b>
<input type="checkbox"/> Chambre single	<b>53€</b>
<input type="checkbox"/> Demi pension	<b>82€</b>
<input type="checkbox"/> Guide accompagnateur	<b>400€</b>

**268 € / 2 pers. \***

Date d'arrivée  

**JE RÉSERVE** 

\* sous réserve de disponibilité et de choix des chambres.

**Option gratuite.**

# Astuce n°12 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

**Laissez partir les moins chers d'abord !**

Face à des offres d'hébergement réellement équivalentes, ce sont les moins chères qui seront louées d'abord.

# Astuce n°13 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

## Améliorez vos visuels pour créer l'émotion

La photo fait vendre.

### Des photos vite rentabilisées

[En savoir plus](#)

**40%**

augmentation des revenus

Les hôtes dotés de photos professionnels ont tendance à gagner davantage que les autres hôtes de leur région.

**24%**

plus de réservations

Les photos comptent parmi les facteurs qui incitent le plus les voyageurs à réserver.

**26%**

augmentation du prix à la nuit

De nombreux hôtes peuvent augmenter leur prix à la nuit après avoir amélioré leurs photos.

### La première impression compte

Laissez un photographe capturer votre logement sous son meilleur jour. Nos experts vous aident à transformer votre logement pour qu'il se démarque auprès des voyageurs.

**Place à l'image.**

# Astuce n°14 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

Faites envie.

Vous devez provoquer l'imaginaire,  
créer la sécurité, donner l'envie et  
provoquer l'engagement.



# Astuce n°15 pour optimiser ses tarifs et ses ventes

Restez souple.



S'adapter comme un roseau.

Main ne rompt pas.



# Merci !



David Blanchard  
[david@logitourisme.com](mailto:david@logitourisme.com)

Groupe Logitourisme

RCS Lons-le-Saunier 508 353 893 • Tel 03.63.67.21.11

Siège : 11, Place de l'Hôtel de ville - 39000 Lons-le-Saunier

Agence des Hauts de France : 1, Rue de Lille - 59100 Roubaix